

# LA INFLUENCIA DEL PROFESOR COMO VEHÍCULO DE COMUNICACIÓN

## INTRODUCCIÓN

Esta comunicación pretende mostrar una investigación en curso sobre varios aspectos, entre ellos la comunicación social y la educación universitaria. Es una puesta al día sobre las ofertas y demandas del sistema universitario actual. Al igual que la sociedad de nuestro tiempo se muestra cada vez más sensible a la evaluación y "control" de los miembros que la forman, consideramos que el sistema educativo también debe ser observado desde unos valores críticos que conlleven al único fin de mejorarlo.

Un equipo investigador formado por diferentes personas del departamento de Sociología VI de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense y de University of Texas at Austin en Estados Unidos son los integrantes de este trabajo. Su característica más novedosa reside en estudiar al profesor como un medio de comunicación social y observar la influencia que ejerce éste en sus alumnos.

## OBJETIVOS

El punto de partida es ver al profesor como un medio de comunicación de masas, como formador y generador de opinión en las masas, entendiendo por masa a los cientos de estudiantes que pasan por las aulas. Para estudiar su influencia como vehículo de comunicación hemos partido de las teorías de los efectos de los grandes medios de comunicación social centrándonos en una de ellas, la teoría norteamericana Agenda-Setting Function. Esta teoría se ha ocupado de estudiar las correlaciones estadísticas que existen entre la importancia que otorga la audiencia a determinados temas de interés y la que los mismos medios también dedican a esos mismos temas (McCombs y Shaw, 1972; McLeod, Becker y Byrnes, 1974; Shaw y McCombs, 1977; Weaver, Graber, McCombs y Eyal, 1981; Becker, 1982; Weaver, 1984; Rogers y Dearing, 1988; Protess y McCombs, 1991 y McCombs, Shaw y Weaver, 1997).

Los resultados obtenidos de este estudio pretenden alcanzar un doble objetivo enfocado al control de la calidad docente desde el punto de vista del usuario, en este caso el alumno. El primero de ellos es la viabilidad que tiene la aplicación de la Teoría de la Agenda Setting al mundo de la docencia superior. El segundo es conocer, mediante un trabajo de campo, el grado de aceptación

o rechazo que tienen los alumnos universitarios sobre el contenido de las asignaturas que cursan y cómo las imparten sus profesores.

## **LINEAS TEÓRICAS**

Hablar de la teoría de la Agenda Setting es hablar de las agendas o temas más importantes en los que el público y los medios están interesados. Extrapolando estos términos al ámbito de la docencia habría que conocer cuáles son las agendas o temas de interés de los alumnos sobre una asignatura y cuáles los de los profesores sobre la asignatura que imparten. Matizando sobre este aspecto habría que decir que conocer los temas o agendas no es conocer su temario sino aquello que los estudiantes o público consideran necesario o imprescindible de la asignatura para su aportación y formación como futuros profesionales.

Una vez conocidas ambas agendas o temas relevantes hay que ver cómo la agenda del alumno se ve afectada por la intervención del medio que le transmite ese conocimiento, supuestamente necesario para su formación, es decir, el profesor.

Según los principales investigadores de la teoría (McCombs M. y Shaw D. L.) la función de la teoría de la Agenda Setting o "canalización" de los medios se ha definido como la capacidad que tienen los medios (- los profesores -) para seleccionar y destacar ciertos temas (- programa, temario, etc. -) sobre otros, y con ello causar que los temas destacados sean percibidos como importantes por el público. Sobre esta definición habría que añadir que: "Según esta hipótesis la influencia de los medios no es importante por su capacidad de cambiar nuestro pensamiento, sino por su capacidad de canalizar nuestro pensamiento hacia unos temas - seleccionados por los medios (profesores) -, y desviarnos de otros, o de ciertos matices y datos de los temas, que quedarían silenciados"

Cuando nos referimos a la teoría de la Agenda Setting y a las agendas tanto de medios como de profesores estamos hablando de la función que tienen ambos de canalizar. Se hace referencia a la "habilidad de los medios para crear imágenes de la realidad social por las que el público pueda estructurar sus puntos de vista sobre el mundo". De la misma manera, el profesor debería mostrar (- ayudar a crear imágenes -) a sus alumnos los contenidos de la asignatura correspondidos con las verdaderas y reales necesidades del mercado laboral. De esta manera los alumnos podrían hacerse una idea fiel y real sobre lo que les espera y también sobre lo que van a demandar de ellos fuera del mundo académico.

"Todo profesor debe ser consciente de que ha de ofrecer respuestas a una serie de demandas, de expectativas sociales". Con esta frase, perteneciente a un estudio de la Universidad de Sevilla sobre la proyección de la imagen social que da el cine sobre los docentes, se afirma la necesidad que tienen los profesores de saber cuáles son las demandas reales que tiene la sociedad sobre las asignaturas que imparten, y por consiguiente, las de sus alumnos. Conociendo estas necesidades se podrán adaptar los programas educativos a la realidad de los entornos más inmediatos.

Nuestro trabajo trata de ver y aplicar cómo parte de los resultados obtenidos sobre los estudios en medios de comunicación social son aplicables a los enseñantes en su faceta de potenciadores, creadores de imágenes de la realidad y vehículos de comunicación.

## **METODOLOGÍA**

La presente investigación es un diseño experimental que aplica, por primera vez, la teoría de la Agenda Setting y su metodología al ámbito de la enseñanza. Desde el punto de vista de los medios de comunicación (Dader, J. L., 1990) el contexto teórico de la Agenda Setting pasa por tres estadios metodológicos. En primer lugar se realiza el análisis de contenido de los temas tratados en periódicos durante un periodo de tiempo determinado. En segundo lugar, se encuesta a una muestra de individuos del área de difusión de los periódicos y se determina cuáles han sido los temas de mayor preocupación del público. En tercer lugar, "si se observa una correlación estadísticamente significativa entre la selección periodística y/o su jerarquización y la mención de temas y grados de importancia aludido por el público, se entenderá confirmada la identificación entre la "agenda" periodística y la del público".

En el caso que nos ocupa sólo estamos estudiando la agenda de los alumnos y no la de los profesores aunque estudiemos el perfil de estos últimos como el de medios canalizadores, influyentes en las expectativas de los alumnos que están bajo su enseñanza. En cuanto a la correlación mencionada nosotros lo que estamos tratando de ver es si existe significación o no en la relación de influencia del profesor, y con qué matices, sobre la expectativa de la agenda del alumno.

Después de una explicación de conceptos y contenidos de cada uno de los puntos que lleva implícitos la teoría americana se ha diseñado el siguiente trabajo de campo ajustando los descriptores propios de los medios de comunicación al ámbito de la docencia. El trabajo consiste en realizar 1.000 encuestas a alumnos universitarios de distintos cursos de una misma facultad

y diferentes especialidades. Debido a la falta de tiempo, el trabajo está centrado en conocer cuál es la agenda de los alumnos sobre las asignaturas que cursan y no tanto la de los profesores sobre la asignatura que imparten. De esta manera, podemos estudiar cómo ha influido la intervención del docente en las agendas de los estudiantes. Las encuestas se han dividido en tres fases con diferente número en cada una de ellas.

En la primera, se realizó un cuestionario abierto a 200 alumnos de diferentes cursos con dos preguntas generales que se pudieran encuadrar dentro de lo que era lo mejor y peor de la asignatura en la que se encontraban. Con la información obtenida se supo cuáles eran los temas que más les preocupaban o les satisfacían sobre la materia de estudio, es decir, supimos sus agendas para después elaborar el segundo cuestionario con precisión.

A partir de la segunda etapa se elaboró un cuestionario con diferentes preguntas que giraban en torno a las respuestas obtenidas en la primera etapa, una vez listo se pasó a encuestar a 400 alumnos que sólo llevaban una semana de curso. Para que los alumnos, sus clases y grupos pudieran ser "aptos" para el cuestionario final debían cumplir una serie de requisitos como no haber tenido al profesor antes y tampoco ser repetidores de la asignatura. Con estos requisitos lo que se pretende es conocer las expectativas del alumno ( - audiencia - ) sobre la asignatura, lo que ellos creen que es la realidad que necesitan conocer. En ello jugará un papel clave la intervención del profesor como transmisor del conocimiento de su asignatura.

En la tercera fase se aplicaría, después de todo un año académico en el que el alumno había tenido contacto directo con el profesor y su asignatura, el mismo cuestionario (técnica panel) que en la segunda fase. Los alumnos objetos de este cuestionario serían, de nuevo, los mismos 400 alumnos que en la segunda fase, así podremos hacer comparaciones que nos lleguen a dar las pistas sobre cómo y por qué han cambiado o modificado sus expectativas iniciales.

## **RESULTADOS**

En estos momentos la investigación se encuentra en la fase de análisis de los datos obtenidos en las diferentes etapas mencionadas anteriormente. Los futuros resultados de este estudio experimental revelarán cómo se pueden aplicar técnicas de los medios de comunicación social aplicadas a la docencia

que sirvan para mejorar la calidad de la enseñanza desde el punto de vista de sus usuarios.

Desde una perspectiva crítica contamos, como decía J. Blumler (1977), con el problema común a todas las experiencias empíricas que reside en sus resultados. Y abocan continuamente a este tipo de investigaciones a huir de las generalizaciones totalizantes y a considerar la multiplicidad y complejidad de las influencias de los medios junto con otras fuerzas desencadenantes de las opiniones de la gente. Por ello tienden a mirar a la sociedad y al papel de la comunicación en aquella, más como una mezcla de numerosas variables simultaneizadas y relacionadas, que como elementos componentes de una corriente singular y predominante.

## BIBLIOGRAFÍA

- BECKER, Lee (1982). "The Mass media and Citizen Assessment of Issue Importance: A Reflection on Agenda-Setting Research". En *Mass Communication Review Yearbook*, Volume 3, ed. por Charles Whitney and Ellen Wartella. Beverly Hills, Ca. Sage.
- BLUMLER, J. G.,(1977), The political effects of mass communications (Unit 8), del "Mass Communications and society course team", The open University, Milton Keynes, Great Britain, Mass Communication Society, p. 43).
- DADER, J.L. (1983), Periodismo y pseudocomunicación política, Eunsa, Pamplona.
- DADER, J.L. (1990), "La canalización o fijación de la "agenda" por los medios", en Muñoz Alonso, A. et al., Opinión pública y Comunicación política, Eudema Universidad, Madrid, páginas 294 – 318.
- Loscertales Abril, F. L., Cabero Almenara, J, A et a., "La imagen social del profesor y de la enseñanza... a través de los ojos del cine", Comunicación presentada en *EDUTEC '95*, Palma de Mallorca, 1995.
- McCOMBS, Maxwell E. y Donald L. SHAW (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media". *Public Opinion Quarterly*, 36 (Summer):176-187.
- McCOMBS M. y SHAW D. L. (1977), "The Agenda Setting Function of the Press" en D. L. Shaw and M. E. McCombs (eds), *The emergence of American*

Political Issues: The Agenda Setting Function of the Press, St., Paul, Minn., West.

- McCOMBS, Maxwell E. y Donald L. SHAW y David WEAVER (1997). Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory. Mahwah, N.J. Lawrence Erlbaum Associates.

- McLEOD, Jack M., Lee B. BECKER Y James E. BYRNES (1974). "Another Look at the Agenda-Setting Function of the Press". *Communication Research* 1:131-166.

- PROTESS, David L., Fay Lomax COOK, Jack C. DOPPELT, James S. ETTEMA, Margaret T. GORDON, Donna R. LEFF y Peter MILLER (1991). The Journalism of Outrage: Investigative Reporting and Agenda-Building in America. New York. Guilford Press.

- ROGERS, Everett M. y James DEARING (1988). "Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going?". En *Communication Yearbook* 11, ed. por James ANDERSON. Newbury Park, CA. Sage.

- SHAW, Donald L. y Maxwell McCOMBS (1977). The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press. St. Paul, MN. West.

- WEAVER, David H., Doris A. GRABER, Maxwell McCOMBS y Chaim H. EYAL (1981). Media Agenda-Setting In a Presidential Election: Issues, Images and Interest. New York. Praeger.

- WEAVER, David H. (1984). "Media Agenda-Setting and Public Opinion: Is There a Link". En *Communication Yearbook* 8, ed. por Robert N. BOSTROM y Bruce H. WESTLEY. Newbury Park, CA. Sage.

oooooOooooo

**LA INFLUENCIA DEL PROFESOR COMO VEHÍCULO DE  
COMUNICACIÓN**

**DATOS DEL AUTOR/ES:**

**Raquel Rodríguez Díaz** (Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense. Ciencias de la Información, Departamento de Sociología VI. Avenida de la Complutense s/n, 28040 Madrid. 913942151 - nuevorr@eucmax.sim.ucm.es. Raquelrrd@hotmail.com).

**RESUMEN:**

La presente comunicación muestra, desde una perspectiva de los medios de comunicación social, como los profesores en general, y los universitarios en particular, pueden ser estudiados como vehículos de comunicación. Se trata de estudiar al docente como si de un medio masivo se tratara, su influencia en los alumnos (audiencia) y su función como mediadores de la realidad académica y social.

Toda la investigación estudia al docente desde la perspectiva de una de las teorías de los efectos de los medios de comunicación denominada Agenda-Setting Function. Esta teoría se basa en conocer los principales conjuntos de temas o agendas que preocupan a las audiencias (alumnos) y a los medios de comunicación (profesores).

**DESCRIPTORES:**

Profesores, alumnos, influencia y agenda-setting

**ABSTRACT:**

This research project uses journalism's Media Theory to analyze university lectures in their role as information projectors. This project also highlights the influences and effects on students produced by the lecturer, specifically, the analysis of the Spanish teacher's function in the present configuration of a university student's belief system.

The final objective of this research is to understand the agenda of teachers and students using the Agenda Setting Function Theory. This American theory studies how the media influences public opinion. I am using the same theory to understand the teacher's function and influences in the academic context.

**KEY WORDS:**

Teachers, students, influence and agenda-setting